

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
ІВАНА ПУЛЮЯ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**

БІЛІЦА ІРИНА ВОЛОДИМИРІВНА

**ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КАНАЛАМИ РУХУ ТОВАРІВ
НА ПРИКЛАДІ ТДВ «ШУСТОВ-СПИРТ»**

спеціальність 075 «Маркетинг»
галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Автореферат
наукової роботи на здобуття кваліфікації «магістр»

Тернопіль 2018

Роботу виконано на кафедрі промислового маркетингу Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Керівник роботи:

кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри промислового маркетингу
Фалович Володимир Андрійович
Тернопільський національний технічний університет
імені Івана Пулюя,

Рецензент:

Старший викладач
кафедри економіки та фінансів
Бажанова Наталія Володимирівна
Тернопільський національний технічний університет
імені Івана Пулюя

Захист відбудеться 26 грудня 2018 р. о 09⁰⁰ годині на засіданні екзаменаційної комісії кафедри промислового маркетингу факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету ім. І. Пулюя за адресою: м. Тернопіль, вул. Білогірська, 50, навчальний корпус № 10.

Науковий керівник

к.е.н., доц. Фалович В.А.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Система організації розподілу товарів завжди посідала важливе місце та була в центрі уваги економічної думки. Таку увагу до політики розподілу товарів можна пояснити тим, що це питання є доволі складним, так як потребує врахування багатьох чинників, що впливають на розподіл продукції. Також проблема розподілу товарів існує завдяки невідповідності місця розташування виробництва і споживача та часовим розбіжностям між процесами виробництва та споживання.

Український ринок має ряд специфічних особливостей до яких входить: низький рівень заробітних плат, а відповідно і низький рівень платоспроможності населення; велика кількість потужних конкурентів; орієнтація вітчизняних виробників є здебільшого збутовою, а не маркетинговою; створення підприємствами певних торговельних зон у яких розподіляється більша частина продукції; недостатня кількість малих та середніх виробничих підприємств; великі витрати на транспортування товарів до споживача з цими особливостями пов'язана актуальність даної теми.

Для виробничих підприємств завжди гостро стоїть питання розподілу товарів, що виробляються. Одним з найважливіших елементів комплексу маркетингу є збут товарів, тому збутова політика повинна органічно та вдало поєднуватися з іншими елементами комплексу маркетингу, а відділ збуту – з іншими відділами підприємства.

Суб'єктам господарювання у теперішній ринковій економіці доводиться приймати важливі для підприємства рішення щодо збутової політики. Вибір та формування каналів розподілу є таким важливим рішенням. Виходячи з цього можна сказати, що чи не найважливішим елементом збутової політики підприємства є вибір такого каналу розподілу, що буде враховувати сильні та слабкі сторони підприємства в цілому та товару зокрема.

Тому варто звернути увагу на те, що в умовах сучасної економіки та стану ринку не достатньо просто виробити товар, а потрібно продумати як його продати та якими шляхами довести до споживача.

Ознайомившись з визначеннями багатьох вчених та узагальнивши всю отриману інформацію можна сказати, що канал розподілу – це сукупність фізичних або юридичних осіб, які сприяють передачі прав власності на товар від виробника до споживача, це маршрути, якими товар рухається від підприємства до місць споживання, при цьому переходячи від одного власника до іншого.

Значний вклад у дослідження питання вибору та формування каналів руху товарів внесли такі зарубіжні вчені: Л.В. Штерн, Ф. Котлер, Д. Штайнхофф, С. Уїллер. З вітчизняних вчених такі: О. Біловодська, Ю. Федорова, Є. Крикавський, В. Командровська, А. Старостіна, В. Герцик, В. Фалович та багато інших.

Їх дослідження дозволили встановити, що кожному підприємству, для успішної роботи та отримання доходу, необхідним є дослідження ефективності збутової політики та оцінка і вибір правильних каналів розподілу своєї продукції, адже це є одним з найважливіших моментів діяльності підприємства.

Мета і завдання дослідження. Метою дипломної роботи є дослідження ефективності збутової політики ТДВ «Шустов-спирт» та вдосконалення управління каналами руху товарів підприємства.

Виходячи з поставленої мети, у роботі сформульовано і вирішено наступні завдання:

- досліджено теоретико-методичні засади управління каналами руху товарів на підприємстві;
- зроблено огляд ринку лікєро-горілчаних виробів;
- проаналізовано маркетингову діяльність підприємства (мікро- та макросередовище);

- визначено сутність, специфіку та проблеми управління політикою розподілу на підприємстві;
- виділено основні напрями, що потребують вдосконалення у роботі каналів розподілу;
- розраховано ефективність запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність ТДВ «Шустов-спирт», що спеціалізується на виробництві лікєро-горілкової продукції.

Предметом дослідження є політика розподілу на ТДВ «Шустов-спирт».

Методи дослідження. Теоретичною і методологічною базою дослідження є наукові розробки вітчизняних та закордонних вчених з проблем політики розподілу загалом, та каналів розподілу зокрема, законодавчі і нормативні акти України та роботи фахівців по досліджуваній темі.

Методичною базою дослідження є системний підхід, що забезпечує комплексне дослідження процесу управління каналами розподілу на підприємстві. В процесі дослідження, обробки і аналізу інформації використовувались методи наукової абстракції, групування, порівняння, аналізу, опитування, спостереження, традиційні методи та прийоми економічного аналізу.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що вони створюють основу для дослідження і практичного вирішення проблем розробки та ефективної роботи каналів руху товарів на підприємстві. Практичне значення мають такі результати: аналіз ефективності збутової політики, запропоновані варіанти вдосконалення каналів руху товарів, обґрунтування ефективності запропонованих заходів.

Сформовані узагальнення, висновки і запропоновані заходи щодо вдосконалення управління каналами руху товарів схвалені і частково впроваджені у практику діяльності ТДВ «Шустов-спирт».

Апробація результатів дипломної роботи. Основні висновки, положення та результати дослідження доповідалися та обговорювалися на IX регіональній науково-практичній інтернет-конференції молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі» (м. Тернопіль, 9 листопада 2018 року).

Публікації. За результатами дослідження опубліковано 2 публікації загальним обсягом 0,38 др. арк.

Структура роботи. Дипломна робота складається з вступу, 7-ми розділів, висновків, списку використаних джерел із 89 найменувань і 6 додатків. Загальний обсяг 161 сторінка, робота містить 21 таблицю і 15 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність магістерської роботи, визначено мету та основні завдання, сформульовано об'єкт, предмет, методи дослідження, відображено практичне значення отриманих результатів, наведено дані щодо апробації результатів магістерського дослідження за визначеною темою.

У **першому розділі** – «Теоретико-методичні засади управління каналами руху товарів на підприємстві» визначається сутність понять політика розподілу, канали руху товарів, рівні каналів руху розглядаються підходи до їх оцінки та впливу на діяльність підприємства, методи управління ними. Обґрунтована та економічно ефективна політика розподілу промислового підприємства безпосередньо впливає й на всі інші рішення у сфері маркетингу. Ключовим елементом маркетингової політики розподілу є вибір та формування каналів розподілу. Рішення про вибір того чи іншого каналу — одне з найскладніших і найвідповідальніших, яке треба прийняти фірмі. Кожний канал характеризується притаманними йому рівнями та витратами, і, вибравши конкретний

канал, фірма має, як правило, використовувати його досить тривалий час у зв'язку зі складністю його розроблення і значною вартістю.

У **другому розділі** – «Аналіз діючої практики управління політикою розподілу на ТДВ «Шустов-спирт», короткий опис історії підприємства. Проведено огляд ринку лікеро-горілчаної продукції та визначено основні фірми-виробники алкоголю та тенденції збуту продукції. Ми дізнались, що ринок горілчаних виробів належить до таких, які характеризуються гострою конкуренцією та високорентабельною діяльністю його виробників. Посилення конкуренції на ньому вимагає постійних зусиль продуцентів алкогольних напоїв у напрямі покращання якості продукції, активного втілення інновацій як у сфері виробництва, так і у сфері маркетингу. Зроблено аналіз маркетингової діяльності підприємства. Також було проведено маркетингове дослідження ефективності збутової політики підприємства. Метою нашого маркетингового дослідження є дослідження ефективності збутової політики ТДВ «Шустов-спирт» в довгостроковому періоді на ринку Тернопільської області.

Дані збирались за допомогою опитування кінцевих споживачів та експертів.

У **третьому розділі** – «Шляхи вдосконалення управління каналами розподілу товарів ТДВ «Шустов-спирт»» було запропоновано варіанти вдосконалення каналів руху товарів які використовує підприємство та способи розширення каналів розподілу. Підприємство використовує при збуті канал нульового рівня, тобто має кілька фірмових магазинів де збуває свою продукцію. Як відомо фірмові магазини організовують зразкову торгівлю і сервісне обслуговування товарів своєї номенклатури. Пропонуємо і далі використовувати цей канал і удосконалити його відкривши три нові торгові точки у м. Тернопіль. Ще варто звернути увагу на інтернет-торгівлю, адже зараз це дуже актуально, тому що потрібно вміти економити свій час, а що як не покупки в Інтернеті роблять це краще. Як відомо, для розробки власного сайту або інтернет-магазину потрібні великі фінансові затрати, та подальша постійна підтримка з боку спеціалістів. З огляду на це пропонуємо співпрацювати з інтернет-магазином «Світ напоїв». Це один з перших інтернет-магазинів, що стали продавати алкоголь онлайн. Така співпраця дозволить підприємству зекономити на витратах на розробку власного сайту та дасть можливість скористатися всіма знаннями, вміннями працівників інтернет-магазину для збуту своєї продукції. Також великим плюсом стане те, що не потрібно витрачати кошти на збирання власної клієнтської бази так як магазин «Світ напоїв» достатньо довго на ринку і має власну напрацьовану базу.

При розподілі своєї продукції ТДВ «Шустов-спирт» не використовує канали другого рівня. Для подальшого розвитку, процвітання підприємства та збільшення збуту товарів життєво необхідним є працювати з каналами розподілу другого рівня. Тому ми пропонуємо розпочати співпрацю з оптовим посередником компанією «ГЕРМЕС 7», яка реалізовує продукцію по всій території м. Тернополя та Тернопільської області. Компанії-дистриб'ютори можуть запропонувати споживачеві значно якісніший і різноманітніший сервіс, адаптований конкретно під його бажання і потреби. Як відомо дистриб'ютори – це найшвидший шлях до розширення географії постачань і виходу на регіональні ринки. На даний момент загальна кількість активних торгових закладів по структурі компанії «ГЕРМЕС 7» – 2000 торгових точок. Співпраця з таким оптовим посередником стане справді великим кроком для розвитку нашого підприємства.

Ще одним дистриб'ютором з яким ми пропонуємо розпочати співпрацю є ТОВ «Укроптторг». Офіс розташований у м. Хмельницький. Підприємство розповсюджує продукцію у Хмельницькій, Тернопільській та ближніх областях.

Наступним оптовим посередником з яким варто попрацювати є ТОВ «Фірма «Аніда-ЛТД». Підприємство має дві гуртовні у м. Тернопіль та працює по Тернопільській області.

У **четвертому розділі** – «Нормативно-правова база маркетингової діяльності підприємства» розглядалися основні законодавчі акти України, що регулюють

маркетингову діяльність підприємства та підприємництво загалом. Було визначено, що сучасний стан нормативно-правової бази, що регулює виробництво й обіг алкогольної продукції на ринку налічує велику кількість актів задля забезпечення ефективного контролю над усім технологічним процесом від виробництва до реалізації кінцевому споживачу та дотримання прав споживачів на якісну і нешкідливу для життя і здоров'я продукцію.

У **п'ятому розділі** – «Обґрунтування економічної ефективності впроваджених заходів» було проведено оцінку ефективності впровадження запропонованих заходів у діяльність ТДВ «Шустов-спирт», ми розрахували очікувані прибутки від кожного заходу, період окупності та рентабельність впровадження цих пропозицій.

Проаналізувавши ці дані можемо стверджувати, що всі вкладені підприємством кошти менше ніж за рік будуть повернуті. Це свідчить про доцільність та ефективність запропонованих заходів. При впровадженні цих пропозицій збут та прибуток підприємства зростуть.

У **шостому розділі** – «Охорона праці в галузі» було розглянуто вимоги до організації охорони праці на підприємстві і було визначено, що основне завдання роботодавця у сфері охорони праці полягає у створенні безпечних умов праці на виробництві всіх форм власності. Найбільшою цінністю Держави є людина – це означає, що для кожного конкретного працівника повинні бути створені безпечні умови на виробництві, передбачені в нормативних та регуляторних актах з охорони праці.

У **сьомому розділі** – «Безпека в надзвичайних ситуаціях» розглядалися вимоги до забезпечення електробезпеки при роботі з персональним комп'ютером і було зроблено висновок, що робота в області електробезпеки повинна ґрунтуватися на продуманій, чіткій, конкретній системі заходів, що забезпечує повне й точне виконання «Правил технічної експлуатації електроустановок споживачів» і «Правил безпечної експлуатації електроустановок споживачів».

ВИСНОВКИ

У магістерській роботі розкрито досить актуальну тему: «Вдосконалення управління каналами руху товарів», дослідження проведено на прикладі ТДВ «Шустов-спирт».

Для кращого змісту дослідження у роботі узагальнено теоретичні основи політики розподілу, в цілому, та каналів руху товарів, зокрема. Зроблено огляд ринку лікеро-горілчаних напоїв. Проаналізовано маркетингове середовище ТДВ «Шустов-спирт», а саме розглянуто фактори мікросередовища та макросередовища. Проведено маркетингове дослідження ефективності збутової політики підприємства.

Отримані результати та висновки дослідження можна звести до наступного:

1. Виробництво і споживання товару зазвичай розділено в часі й територіально. Для того, щоб задовольнити потреби споживачів у повному розумінні, недостатньо виготовити товар, який потрібен споживачеві, продумати ефективну цінову політику. Крім цього, товар має бути доставлений, по-перше, у потрібне місце, по-друге, у потрібний час, і по-третє, у потрібній кількості. Як вирішити цю проблему найефективніше? Відповідь на це запитання характеризує сутність політики розподілу. Проаналізувавши основні підходи до трактування дослідженого поняття можна сказати, маркетингова політика розподілу — це діяльність підприємства щодо формування комплексної системи заходів, яка включає складання плану, реалізацію та підконтрольний рух товарів від товаровиробника до кінцевих споживачів, основною метою якого є розширення каналів збуту та, відповідно, максимізація фінансового результату. Основна мета політики розподілу – організація ефективного збуту виготовленої продукції.

2. Огляд ринку лікєро-горілочаних напоїв показав, що щорічно знижуються обсяги виробництва алкогольної продукції. Проте експерти ринку відзначають, що світова та вітчизняна тенденція спаду попиту та пропозиції на горілку не свідчить про реальне зменшення споживання алкоголю і наголошують на тому, що контрафактна продукція продовжує займати до 40% у загальній структурі продажу цього виду товару. Необхідно зазначити, що лідерами ринку горілочаних напоїв є виробники: Global Spirits, «Баядера Груп» та «Олімп».

3. Аналіз маркетингового середовища підприємства дозволив визначити сильні та слабкі сторони підприємства, загрози та можливості. Сильні сторони: забезпечення високої якості товарів; оптимальне співвідношення ціни та якості; широкий асортимент. Слабкі сторони: низький рівень організації маркетингової діяльності; непізнаваність торгової марки; несправність Інтернет-сайту підприємства. Загрози: зменшення рівня життя населення; гальмування темпів зростання попиту через прагнення населення вести здоровий спосіб життя; збільшення акцизного збору; велике число активних конкурентів. Можливості: широке коло можливих споживачів, тобто ринків збуту; традиційна схильність населення до вживання алкогольних напоїв; прихильність населення до вітчизняного виробника; доступність сировини.

4. Проведене маркетингове дослідження ефективності збутової політики підприємства у якому було опрацьовано дві анкети, одну для опитування споживачів іншу для опитування експертів. Виходячи з результатів дослідження можна зробити висновки про ефективність збутової політики підприємства. В цілому збутова політика ТДВ «Шустов-спирт» непогано працює адже підприємство функціонує, отримує прибуток та повільно але все ж таки рухається вперед. Але існує ряд моментів які однозначно потребують покращення.

5. Для вдосконалення управління каналами руху товарі нами були запропоновані певні пропозиції. Першою пропозицією стала ідея розширити мережу фірмових магазинів ТДВ «Шустов-спирт». Ми запропонували відкрити ще три магазини у м. Тернопіль. Наступна пропозиція: розпочати продаж своєї продукції через з інтернет-магазином для збільшення збуту товарів. Третя пропозиція – розпочати співпрацю з оптовими торговими посередниками які мають напрацьовану базу торгових точок. Завдяки багаторічному досвіду роботи у створенні ефективних і міцних відносин з кінцевим споживачем дистриб'юторська мережа має дійсно величезний збутовий потенціал.

6. Під час роботи з посередниками важливим моментом стає правильне стимулювання цих посередників. Пропонуємо ТДВ «Шустов-спирт» такі заходи щодо стимулювання посередників: знижка з ціни 7% за умови купівлі більше ніж домовлено товару за місяць; при купівлі посередником товару більше ніж 50 ящиків за місяць, пропонування 3 ящика безкоштовно; виплачувати премії торговим посередникам за продаж товарів понад 50 ящиків за місяць; забезпечувати посередників безкоштовними рекламними матеріалами; організовувати збори посередників у неформальній обстановці для обміну досвідом роботи.

Радимо не проводити ці заходи стимулювання торгових посередників одночасно, а чергувати їх помісячно чи поквартально. Це дозволить урізноманітнити стимули та винагороди.

7. Провівши оцінку ефективності впровадження запропонованих заходів у діяльність ТДВ «Шустов-спирт» ми розрахували очікувані прибутки від кожного заходу, період окупності та рентабельність впровадження цих пропозицій. З огляду на ці розрахунки можемо з впевненістю стверджувати, що всі вкладені підприємством кошти менше ніж за рік будуть повернуті. Це свідчить про доцільність та ефективність запропонованих заходів. При впровадженні цих пропозицій збут та прибуток підприємства зростуть.

Практичне значення роботи полягає в тому, що результати маркетингового дослідження та пропозиції подані у цій роботі можуть бути використані ТДВ «Шустов-спирт» з метою вдосконалення управління каналами руху товарів та зростання обсягів збуту.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ АВТОРОМ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ РОБОТИ

1. Біліца І.В. КАНАЛ РОЗПОДІЛУ ЯК ЧАСТИНА ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ / І.В. Біліца // IX регіональна науково-практична Інтернет-конференція молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі». – 2018. – с. 8–9.
2. Біліца І.В. СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ ПРИ ПРОСУВАННІ ЛІКЕРО-ГОРІЛЧАНИХ ВИРОБІВ / І.В. Біліца // IX регіональна науково-практична Інтернет-конференція молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі». – 2018. – с. 142–143.

АНОТАЦІЯ

Біліца І.В. Вдосконалення управління каналами руху товарів на прикладі ТДВ «Шустов-спирт». – Рукопис.

Дослідження на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня магістра за напрямом підготовки 075 «Маркетинг» – Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя – Тернопіль, 2018.

У дипломній роботі досліджено маркетингову політику розподілу ТДВ «Шустов-спирт», проаналізовано маркетингову діяльність підприємства. Проведене маркетингове дослідження ефективності збутової політики. Розроблено комплекс пропозицій для покращення каналів руху товарів шляхом їх вдосконалення та розширення.

Ключові поняття: політика розподілу, канал руху товарів, маркетинг, маркетингове дослідження, збут, маркетингове середовище, дистриб'ютор.

SUMMARY

Bilitsa I. Improving the management of traffic channels through the example of TDV «Shustov-spyrt» – The manuscript.

Research on obtaining the educational qualification level of the master's degree in the field of preparation 075 "Marketing" - Ternopil Ivan Puluj National Technical - Ternopil, 2018.

In this diploma work studied marketing distribution policies TDV "Shustov-spyrt", analyzed the marketing activities of the company. Conducted marketing research sales policy effectiveness. A package of proposals has been developed to improve the channels of goods movement by improving and expanding them.

Keyconcepts: distribution policy, traffic channel of goods, marketing, marketing research, sales, marketing environment, distributor.